

ANALISIS SEMIOTIKA PADA PESAN MORAL DALAM FILM NYAI AHMAD DAHLAN KARYA DYAH KALSITORINI

SKRIPSI

Oleh:

FARIZFAKHRURROZY

NPM: 1103110024

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Penyiaran**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selasai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : FARIZ FAKHRURROZI

NPM : 1103110024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA ISI PESAN MORAL DALAM FILM
NYAI AHMAD DAHLAN KARYA DYAH KALSITIRONI

Medan, 29 Maret 2018

Pembimbing


MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.Ikom

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.Ikom



Plt. Dekan


Dr. RUDIANTO, M.Si

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : FARIZ FAKHRURROZI

NPM : 1103110024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari : Kamis, 29 Maret 2018

Waktu : 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. RUDIANTO, M.Si

PENGUJI II : PUJI SANTOSO, S.S, M.SP

PENGUJI III : MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.Ikom

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris



Dr. RUDIANTO, M.Si



Drs. ZULFAHMI, M.IKom

SURAT PERYATAAN

Dengan ini saya Fariz Fakhurrozy, NPM 1103110024, menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Saya yang menyadari bahwa memalsukan Karya Ilmiah dalam segala bentuk dilarang oleh Undang-Undang termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu, atau memplagiat, menjiplak dan mengambil karya orang lain adalah tindak kejahatan yang harus dihukum menurut Undang-Undang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau karya plagiat, jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacuu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi berupa :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar sarjana yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan pemberian ijazah dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 2018

Yang Menyatakan



Fariz Fakhurrozy



Segitiga Cerdas dan Terpercaya
Jawab surat ini agar disebutkan
dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Fariz Fakhurrozy
NPM : 1103110029
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Isi Pesan Moral Dalam Film Njai Ahmad Dahlan Karya Diah Kalsterini

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
	11 Oktober 2017	Arahan Penulisan Proposal	
	8 November 2017	Bimbingan / Revisi	
	15 Desember 2017	ACC Proposal	
	22 Desember 2017	Revisi Judul Skripsi	
	16 Januari 2018	Bimbingan dan Revisi Daftar Pustaka Untuk mewawancarai Narasumber	
	27 Maret 2018	Bimbingan Penulisan skripsi Bab III dan Bab IV	
	9 Maret 2018	Laboran hasil wawancara, pembuatan skripsi Bab I sampai dengan bab IV	
	29 Maret 2018	Pemeriksaan kelengkapan halaman skripsi dan kesimpulan	

Medan, Maret 2018...

Dekan,

Ketua Program Studi,

Pembimbing ke :

(M. Said Harahap...)

Dr. Rudianto, M.Si

(Muthasamah N. S. S. M. M. M.)

ABSTRAKSI

ANALISIS PESAN MORAL DALAM FILM NYAI AHMAD DAHLAN (ANALISIS SEMIOTIKA PADA PESAN MORAL DALAM FILM NYAI AHMAD DAHLAN)

Nama: Fariz Fakhurrozy
NPM : 1103110024

Film adalah salah satu bagian penting dari perkembangan kehidupan manusia untuk saat ini. Film bahkan menjadi gambaran bagaimana kehidupan suatu bangsa dan masyarakat karena dalam sebuah film terdapat bahasa, kebiasaan-kebiasaan, cerita khas, lokasi-lokasi menarik dan sebuah kebudayaan atau masyarakat dalam suatu bangsa. Film merupakan salah satu media yang dipakai tidak hanya untuk penyebaran informasi dan mengedukasi tetapi juga film menjadi suatu media untuk menghibur khalayak. Film disebut juga sebagai transformasi kehidupan masyarakat, karena dalam film kita dapat melihat gambaran atau cerminan yang sebenarnya, dan bahkan kita terkadang tidak menyadari hal tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika sebagai alat yang digunakan untuk meneliti data-data. Dalam hal ini yang menjadi sumber data yaitu Film Nyai Ahmad Dahlan dan hasil wawancara yang dilakukan terhadap narasumber yang memahami makna Film Nyai Ahmad Dahlan karya Dyah Kalsitorini.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa Film Nyai Ahmad Dahlan merupakan film yang memberi gambaran dan inspirasi mengenai perjuangan kaum perempuan yang dipandang sebagai kaum lemah. Kemudian Film Nyai Ahmad Dahlan memberikan pelajaran tentang posisi kaum perempuan dalam kehidupan di masa itu dan beliau memperjuangkan kesetaraan antara kaum perempuan dan kaum laki-laki, terutama dalam kesetaraan memperoleh pendidikan dan perannya dalam masyarakat. Film Nyai Ahmad Dahlan memberikan pesan kepada kaum perempuan untuk tidak mudah menyerah dalam memperjuangkan aspirasi dan buah pikirannya. Beliau menyadarkan kaum perempuan bahwa kaum perempuan pun bisa berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat terutama dalam masa-masa perjuangan kemerdekaan Indonesia.

Kata Kunci : Pesan Moral, Film, Semiotika.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita khususnya penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Analisis Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan Karya Dyah Kalsitorini (Analisis Semiotika Pada Isi Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan)”**, disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat menempuh ujian tingkat Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dan shalawat serta beriringkan salam dihadiahkan keharibaan junjungan suri tauladan Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan nasehat serta pengarahan dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati, tulus, dan ikhlas penulis mengucapkan terima kasih yang telah membantu dan memberi dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan moral maupun materi serta doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak **Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak **Mhd. Said Harahap, S.Sos, M. I.Kom**, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi bimbingan dan meluangkan waktu untuk membantu saya menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu **Nurhasanah Nasution, S.Sos, M. I.Kom**, selaku Ketua Jurusan Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku staf pengajar yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
6. Informan/Narasumber dalam penelitian ini yang telah banyak membantu penulis dalam mengumpulkan data guna menyelesaikan skripsi ini.
7. Yolla Aprilia yang telah banyak memberikan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Apabila dalam penelitian ini terdapat kata-kata yang kurang berkenaan mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Medan, Maret 2018

Penulis

FARIZ FAKHRURROZY

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
BAB I PENDAHULUAN	
A Latar Belakang.....	1
B Perumusan Masalah	4
D Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1. Tujuan Penelitian.....	4
2. Manfaat Penelitian	4
BAB II URAIAN TEORITIS	
A Film.....	5
1. Pengertian Film.....	5
2. Jenis-Jenis Film.....	7
3. Fungsi Film.....	10
B Komunikasi.....	13
1. Pengertian Komunikasi	13
2. Unsur-Unsur Komunikasi.....	16
3. Fungsi Komunikasi.....	17
4. Jenis-Jenis Komunikasi.....	19
5. Tujuan Komunikasi.....	22
C. Komunikasi Massa.....	23
1. Pengertian Komunikasi Massa	23
2. Karakteristik Komunikasi Massa.....	28
D. Komunikasi Visual.....	30
1. Pengertian Komunikasi Visual	30
2. Unsur Desain Komunikasi Visual.....	32
3. Ruang Lingkup Komunikasi Visual.....	33
E. Fotografi.....	34

F. Pesan.....	35
G. Semiotika.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	43
B. Informan Penelitian dan Sumber Data	43
C. Defnisi Konsep.....	44
D. Kerangka Konsep.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Teknik Analisa Data.....	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Moral dan Film Nyai Ahmad Dahlan	51
B. Bentuk dan Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peta Tanda Roland Barthles	40
Tabel 2.Kerangka Konsep.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Scene Rapat pembentukan Organisasi Perempuan	54
Gambar 4.2 Scene Saat Dalam Forum Muhammadiyah.....	57
Gambar 4.3 Scene Saat Kyai dan Nyai Ahmad Dahlan Mengingatkan Masyarakat Dari Perilaku syirik	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Daftar Riwayat Hidup
Lampiran II	: Pedoman Wawancara
Lampiran III	: Foto Saat Melakukan Wawancara kepada Narasumber
Lampiran IV	: SK-I Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
Lampiran V	: SK-II Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing
Lampiran VI	: SK-III Permohonan Seminar Proposal Skripsi
Lampiran VII	: SK-IV Undangan Seminar Proposal
Lampiran VIII	: Surat Permohonan Pergantian Judul
Lampiran IX	: Berita Acara Bimbingan Skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari suatu pihak ke pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Komunikasi juga merupakan bagian dari kehidupan manusia yang selalu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Karena komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia terutama dalam proses interaksi yang dilakukan oleh manusia. Sebagai makhluk sosial yang sangat membutuhkan informasi, untuk mendapatkan informasi itu, maka dilakukan dengan cara berkomunikasi, baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi akan tercapai jika antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Salah satu cara dalam berkomunikasi atau menyampaikan pesan yakni dengan media film.

Film adalah salah satu bagian penting dari perkembangan kehidupan manusia untuk saat ini. Film bahkan menjadi gambaran bagaimana kehidupan suatu bangsa dan masyarakat karena dalam sebuah film terdapat bahasa, kebiasaan-kebiasaan, cerita khas, lokasi-lokasi menarik dan sebuah kebudayaan atau masyarakat dalam suatu bangsa. Banyak aspek yang dapat disajikan dalam sebuah film, misalnya: alur cerita, karakter tokoh atau pemain, gaya bahasa, kostum, ilustrasi musik, dan setting. Apapun jenis atau temanya, Film selalu meninggalkan pesan moral kepada masyarakat yang dapat diserap dengan mudah

karena film menyajikan pesan tersebut secara nyata. Gambar hidup yang ditampilkan di film memberi dampak yang berbeda dari untaian kata-kata dalam sebuah buku. Mencerna pesan yang disampaikan dalam sebuah film tentunya akan lebih mudah tersampaikan daripada sebuah tulisan

Film merupakan salah satu media yang dipakai tidak hanya untuk penyebaran informasi dan mengedukasi tetapi juga film menjadi suatu media untuk menghibur khalayak. Film mulai berkembang pada akhir abad ke-19. Penemuan film merupakan bagian dari respon adanya waktu luang, waktu libur dari kerja dan sebuah jawaban dalam menghabiskan waktu luang dengan keluarga dan sifatnya terjangkau. Industri film adalah industri yang tidak akan pernah ada habisnya. Sebagai media, film tidak bersifat netral, terdapat pihak-pihak yang mendominasi atau terwakili kepentingannya dalam film tersebut. Film adalah seni yang sering dikemas untuk dijadikan komoditi dagang. Film digunakan sebagai media yang memproyeksikan realitas yang terjadi dalam masyarakat, atau bahkan membentuk sebuah realitas karena film merupakan potret dari masyarakat.

Film merupakan bentuk seni kompleks dan media komunikasi unik yang pengaruhnya dapat menjangkau seluruh segmen sosial masyarakat. Film tidak hanya merupakan media hiburan yang luar biasa, tetapi film juga memberikan semacam rasa kehadiran dan kedekatan dengan suatu dunia yang tidak tertandingi dengan tempat lain, dunia yang tidak terbayangkan. Film dapat memberikan perasaan yang intens dan melibatkan orang secara langsung dan nyata dengan dunia “di luar sana” dan di dalam kehidupan orang lain. Menonton film membawa penonton keluar dari kehidupan mereka sehari-hari dan serasa berada di dunia

yang berbeda. penonton tenggelam ke dalam kehidupan karakter fiksi, pikiran mereka pun mulai mengembangkan opini tentang kejadian-kejadian bersejarah dalam film, dan terus terpicu oleh kombinasi warna, cahaya dan suara yang artistik. film mengikat penonton secara emosional dan memiliki kekuatan yang besar dari segi estetika. beberapa orang mengkritik film sebagai semacam hiburan untuk pelarian diri. Tetapi ada juga yang memujinya sebagai bentuk seni imajinatif yang mengizinkan orang untuk sadar akan mimpi dan fantasi mereka. Film sebagai media komunikasi massa memiliki peran yang cukup penting yaitu sebagai alat untuk menyalurkan pesan-pesan kepada penontonnya. Pesan tersebut dapat membawa dampak positif maupun negatif.

Film disebut juga sebagai transformasi kehidupan masyarakat, karena dalam film kita dapat melihat gambaran atau cerminan yang sebenarnya, dan bahkan kita terkadang tidak menyadari hal tersebut. Sebagai gambar yang bergerak, film adalah reproduksi dari kenyataan seperti apa adanya. Begitu pula dengan isu tentang perempuan. Banyak sekali film yang telah menampilkan realitas dan merepresentasikan suatu kehidupan sosial. Walaupun film dibentuk berdasarkan cerminan kehidupan yang sebenarnya, tetapi banyak juga film membentuk sebuah pemikiran baru dan pandangan baru terhadap sebuah realitas, tidak terkecuali dengan isu kehidupan sosial masyarakat.

Film adalah gambar hidup, istilah film pada mulanya mengacu pada suatu media sejenis plastik yang dilapisi dengan zat peka cahaya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga (2005:316) “film adalah selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk

tempat gambar positif (yang akan dimainkan di bioskop). Film sendiri merupakan terminologi gambar yang bergerak. Berbeda dengan foto, film bisa menghadirkan unsur dinamis dari obyek yang ditampilkannya.

Sebagai media audio visual, film mempunyai karakteristik yang berbeda dengan format tanda yang lain yang hanya bersifat tekstual atau visual saja, misalnya bahasa dan lukisan (www.relawan.net). Dalam dunia pendidikan film merupakan salah satu teknologi pembelajaran yang memiliki kelebihan yang cukup baik untuk pelaksanaan pembelajaran. Disini film sebagai media pembelajaran harus mengandung misi pendidikan dan pembelajaran misalnya dalam film Naga Bonar dan Film Garuda Di Dadaku disitu tersimpan pesan mengenai sifat patriotisme dan nasionalisme kemudian pada film Ayat-Ayat Cinta yang memiliki pesan moral yang sesuai dengan ajaran Islam. Kelebihan menggunakan media film dalam pembelajaran adalah dapat menarik perhatian seseorang dan menunjukkan peristiwa secara nyata dan jelas. Pembelajaran melalui media film dapat digunakan dalam menyampaikan materi yang ingin diberikan. Dalam film, setiap orang dapat mengamati secara langsung kejadian yang ada dalam cerita film tersebut.

Film merupakan bidang kajian yang amat relevan bagi analisis semiotika. Film umumnya dibangun dengan banyak tanda. Tanda-tanda itu termasuk berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik untuk mencapai efek yang diharapkan. Yang paling penting dalam film adalah gambar dan suara, kata yang diucapkan (ditambah dengan suara-suara lain yang serentak mengiringi gambar-gambar) dan musik film.

Sistem semiotika yang lebih penting lagi dalam film adalah digunakannya tanda-tanda ikonis, yakni tanda-tanda yang menggambarkan sesuatu (Sobur, 2006: 128).

Berdasarkan latar belakang yang penulis paparkan diatas, saya tertarik untuk mengangkat hal tersebut menjadi suatu penelitian ilmiah yang berjudul “Analisis Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan Karya Dyah Kalsitorini (Analisis Semiotika Pada Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan)”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan (Analisis Semiotika Pada Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan) ?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu : untuk mengetahui pesan moral dalam film Nyai Ahmad Dahlan.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi dibidang ilmu komunikasi dalam penerpan teori-teori komunikasi khususnya pada kajian pesan moral dalam film Nyai Ahmad Dahlan.

- b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian.
- c. Secara subjektif. Sebagai suatu sarana untuk melatih dan mengembangkan kemampuan berpikir ilmiah, sistematis dan metodologis penulis dalam menyusun berbagai kajian literature untuk menjadikan suatu wacana baru dalam memperkaya khazanah kepustakaan pendidikan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Film

1. Pengertian Film

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, film berarti (1) selaput tipis yang dibuat dari seluloid untuk tempat gambar negatif (yang akan dibuat potret) atau untuk tempat gambaran positif (yang akan dimainkan dalam bioskop), (2) lakon (cerita) gambar hidup (KBBI, 2002: 316). Film adalah gambar hidup dari seonggok seluloid dan dipertontonkan melalui proyektor. Di mana sekarang produksi film tidak hanya menggunakan pita seluloid (proses kimia) tetapi memanfaatkan teknologi video (proses elektronik) namun keduanya tetap sama yaitu merupakan gambar hidup (Sumarno, 1994: 4). Film merupakan gambar bergerak yakni bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Kemampuan film yang melukiskan gambar hidup dan suara menjadikan daya tarik tersendiri.

Film juga dapat diartikan sebagai karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna. Film sebagai media hiburan yang bertugas untuk menghibur setiap orang atau khalayak ramai melalui karya-karya seni yang mengandung pesan-pesan positif dan mampu mengubah sikap seseorang. Film juga mampu menumbuhkan nilai seni seseorang (Ardianto dkk, 2004:134). Film

adalah media komunikasi massa yang kedua muncul di dunia setelah surat kabar, mempunyai masa pertumbuhan pada akhir abad ke-19. Pada awal perkembangannya, film tidak seperti surat kabar yang mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi, sosial dan demografi yang merintangi kemajuan surat kabar pada masa pertumbuhan pada abad ke-18 dan permulaan abad ke-19 (Sobur, 2004: 126).

Film dianggap sebagai media komunikasi yang ampuh terhadap massa yang menjadi sasarannya, karena sifatnya yang audio visual, yaitu gambar dan suara yang hidup. Dengan gambar dan suara, film mampu bercerita banyak dalam waktu singkat. Ketika menonton film penonton seakan-akan dapat menembus ruang dan waktu yang dapat menceritakan kehidupan dan bahkan dapat mempengaruhi audiens. Film yang menarik adalah film yang mampu memberikan daya tarik yang kuat melalui isi cerita dan pesan yang disampaikan dalam film sehingga penonton dapat merasakan seperti di kehidupan nyata dan tidak dibuat-buat.

Film merupakan alat presentasi dan distribusi dari tradisi hiburan yang lebih tua, menawarkan cerita, panggung, musik, drama, humor, dan trik teknis bagi konsumsi populer. Film adalah bagian dari seni yang memiliki fungsi untuk menyampaikan cerita menarik dan mengandung pesan positif sehingga para penikmat film mampu mendapatkan hiburan menarik dari sebuah tayangan film baik dari musik, cerita film bahkan aktris yang memerankan tokoh dalam sebuah film. (McQuail, 2011: 35). Dewasa ini terdapat berbagai ragam film, meskipun cara pendekatannya berbeda-beda, semua film dapat dikatakan memiliki satu

sasaran, yaitu menarik perhatian orang terhadap berbagai masalah sosial yang dibuat dalam cerita. Selain itu, film dapat di rancang untuk melayani keperluan publik terbatas maupun publik yang secara meluas. Film dibuat oleh sutradara dan produser untuk dapat dinikmati dan memiliki banyak fungsi selain media hiburan, film juga dipakai untuk memasarkan sebuah iklan atau produk. Dan film dipakai sebagai tempat untuk melayani kepentingan publik maupun individu.

2. Jenis-Jenis Film

Film sebagai komunikator dapat dibedakan melalui jenis-jenis karakteristiknya. Maka film dapat dibedakan melalui jenis-jenis film antara lain:

a. Film Cerita

Film cerita merupakan jenis film yang mengandung suatu cerita yang lazim dipertunjukkan digedung-gedung bioskop dengan bintang film tenar dan film ini didistribusikan sebagai barang dagangan. Cerita yang diangkat berdasarkan cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang diubah sehingga memiliki nilai seni yang menarik, baik dari jalan ceritanya maupun dari segi gambar yang artistik. Film merupakan karya seni yang dibuat oleh sutradara yang memiliki cerita yang menarik dan merupakan karya nyata dan memiliki nilai hiburan yang sangat tinggi dan mengandung pesan moral yang sangat baik. Biasanya film cerita berdasarkan kisah nyata sehingga banyak pesan moral dan pesan positif yang terkandung.

b. Film Berita

Film berita merupakan film yang mengandung banyak fakta dan peristiwa yang sangat menarik. Film berita juga harus menarik sehingga khalayak yang melihatnya tertarik dan dapat menambah pengetahuan khalayak. Film berita mengandung fakta-fakta menarik dan tidak asal-asalan dan biasanya film berita banyak memberikan informasi tentang negara, politik dan bencana alam.

c. Film Dokumenter

Film Dokumenter adalah film yang bersifat nyata dan memiliki narasumber yang jelas dan tidak asal-asalan. Film dokumenter merupakan film yang berdasarkan pengalaman pribadi seseorang dan dituangkan dalam sebuah film yang bersifat memberikan informasi dan pengetahuan kepada khalayak yang menontonnya. Contohnya film mengenai liputan pesta Danau Toba, film pengalaman menemui hantu dan lain-lain.

d. Film kartun

Film kartun adalah film yang mengandung visual gambar yang tidak nyata dan banyak mengandung editan sebuah komputer sehingga gambar yang dihasilkan tidak begitu nyata. Film kartun kebanyakan disukai oleh anak-anak yang mengandung unsur komedi dan lucu-lucu. (Ardianto dkk, 2004:138)

Selain itu film dapat dikelompokkan ke dalam dua pembagian dasar, yaitu kategori film cerita dan non cerita. Film cerita adalah film yang diproduksi berdasarkan cerita atau skenario yang dikarang, dan dimainkan oleh aktor dan

aktris. Pada umumnya film cerita bersifat komersial, artinya dipertunjukkan di bioskop dengan harga karcis tertentu atau dapat diputar di televisi dengan dukungan sponsor iklan tertentu. Film non cerita adalah film yang mengambil kenyataan sebagai subjeknya, yaitu merekam atau mengulang kenyataan dari pada fiksi tentang kenyataan. Pada akhirnya film cerita dapat menjadi tempat ajang keperluan bisnis produser maupun sutradara tanpa melihat kualitas isi cerita dan makna pesan cerita film tersebut. Dibandingkan dengan film non cerita yang lebih banyak mengangkat kisah kehidupan seseorang maupun khalayak yang memiliki sisi kebenaran yang kuat tanpa terkesan dibuat-buat.

Film cerita agar dapat tetap diminati penonton harus tanggap terhadap perkembangan zaman, artinya ceritanya harus lebih baik, penggarapannya yang profesional dengan teknik penyuntingan yang semakin canggih sehingga penonton merasa tidak dibohongi dengan trik-trik tertentu bahkan terkesan penonton yang menjadi aktor atau aktris di film tersebut. Dalam pembuatan film cerita diperlukan proses pemikiran dan proses teknis, yaitu berupa pencarian ide, gagasan atau cerita yang disajikan, sedangkan proses teknis berupa keterampilan artistik untuk mewujudkan segala ide, gagasan atau cerita menjadi film yang siap untuk ditonton. Film yang baik adalah film yang memiliki daya tarik yang kuat dengan menyajikan cerita yang mampu memberi pengaruh banyak terhadap penonton terutama pengaruh terhadap sikap penonton yang menonton film tersebut.

3. Fungsi Film

Film mempunyai tujuan, selain dapat memasukkan pesan-pesan juga mengandung unsur hiburan, informasi dan pendidikan. Film sebagai media komunikasi mempunyai tujuan penyebaran nilai-nilai (*transmission of values*). Tujuan ini disebut dengan sosialisasi, sosialisasi ini mengacu pada cara, dimana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Film memberikan dapat memberikan pengaruh yang sangat besar sekali pada jiwa manusia. Dalam suatu proses menonton sebuah film, terjadi suatu gejala yang disebut oleh ilmu jiwa sosial sebagai identifikasi psikologi (Kusnawan, et al, 2004: 93). Alasan khusus mengapa seseorang lebih suka menonton film dari pada membaca buku, karena di dalam film terdapat unsur usaha manusia untuk mencari hiburan dan meluangkan waktu karena film bersifat hidup dan memikat. Alasan utama seseorang menonton film yaitu untuk memberi nilai-nilai yang memperkaya batin. Setelah seseorang menyaksikan film, maka seseorang tersebut akan memanfaatkan dan mengembangkan suatu realitas rekaan sebagai bandingan terhadap realitas kehidupan nyata yang dihadapi.

Film sebagai salah satu media komunikasi massa yang memiliki kapasitas untuk memuat pesan yang sama secara serempak dan mempunyai sasaran yang beragam dari agama, etnis, status, umur, dan tempat tinggal dapat memainkan peranan sebagai saluran penarik untuk pesan-pesan tertentu dari dan untuk manusia. Dengan melihat film kita dapat memperoleh informasi dan gambar tentang realitas tertentu, realitas yang sudah diseleksi (Muhtadi dan Handayani, 2000: 95). Film disadari maupun tidak disadari dapat mengubah pola kehidupan

seseorang. Terkadang ada seseorang yang ingin meniru gaya hidup dari meniru kehidupan yang dikisahkan dalam sebuah film. Terkadang seseorang meniru atau menyamakan seluruh pribadinya dengan salah seorang pemeran film. Tujuan dan fungsi sebuah film diantaranya:

- a. Pesan yang terdapat dalam adegan-adegan film akan membekas dalam jiwa penonton, gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai identifikasi individu.
- b. Pesan film dengan adegan-adegan penuh kekerasan, kejahatan, dan pornografi, apabila ditonton dengan jumlah banyak akan mengundang keprihatinan banyak pihak. Sajian tersebut memberikan dampak buruk dan kecemasan bagi gaya hidup manusia modern. Kecemasan tersebut berasal dari keyakinan bahwa isi film seperti itu akan mempengaruhi efek moral, psikologi, dan sosial yang sangat merugikan, khususnya pada generasi muda dan akan menimbulkan anti sosial.
- c. Pengaruh terbesar yang ditimbulkan film yaitu imitasi atau peniruan. Peniruan yang diakibatkan oleh anggapan bahwa apa yang dilihatnya wajar dan pantas untuk dilakukan setiap orang. Jika film yang isinya tidak sesuai dengan norma budaya bangsa (seperti seks bebas, penggunaan narkoba) dikonsumsi oleh penonton remaja, maka remaja generasi muda Indonesia bisa rusak (Kusnawan, 2004, 95).

Film merupakan media komunikasi massa memiliki beberapa fungsi komunikasi (Effendy, 2007:191) sebagai berikut :

a. Hiburan

Fungsi film sebagai hiburan bermaksud menghibur sasaran utamanya dengan isi cerita film, gerakanya, keindahannya, suara, dan sebagainya agar penonton mendapat kepuasan psikologis. Film-film seperti inilah yang banyak dihadirkan di bioskop-bioskop, maupun dalam format *video compact disc* (VCD) dan *digital versatile disc* (DVD). Film jenis inilah yang menjadi objek dagang para produser dan dunia industri film.

b. Pendidikan

Film pendidikan atau sering disebut film ilmiah adalah film yang berisi uraian atau penjelasan ilmiah tentang suatu objek untuk mendapatkan pengetahuan dengan taraf yang lebih tentang subjek tersebut.

c. Penerangan

Film penerangan adalah film yang memberikan penjelasan kepada penonton tentang suatu hal atau masalah, agar penonton menjadi mengerti atau paham tentang hal tersebut dan dapat melaksanakannya.

d. Propaganda

Film propaganda adalah film dengan sasaran utama untuk mempengaruhi penonton, agar penonton merima atau menolak sesuatu ide atau barang, membuat senang atau tidak senang kepada sesuatu, sesuai dengan keinginan si propogandis. Film propaganda biasanya digunakan untuk kampanye politik atau promosi barang dagangan.

B. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi sebuah ilmu yang luas, meliputi segala aspek kehidupan manusia. Intinya manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi, manusia harus hidup berinteraksi dengan lingkungannya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. “Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan” (Effendy, 2004: 4). Jelasnya jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya maka komunikasi berlangsung efektif dan komunikatif. Sebaliknya jika ia tidak mengerti, komunikasi tidak efektif dan tidak berlangsung. Komunikasi digunakan sebagai sarana memotivasi, memberikan perintah dan menciptakan suasana yang kondusif. Menurut Bovee dalam (Sukoco:2007), komunikasi ialah proses mengirim dan menerima pesan dan dikatakan efektif apabila pesan tersebut dapat dimengerti dan menstimulasi tindakan atau mendorong orang lain untuk bertindak sesuai dengan pesan tersebut.

Menurut Purwanto (2003:3), komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku atau tindakan. Jadi dalam komunikasi itu terdapat di dalamnya suatu proses, terdapat simbol-simbol dan simbol-simbol itu mengandung arti. Arti atau makna simbol disini tentu saja tergantung pada pemahaman dan persepsi komunikan sehingga ada umpan balik (*feedback*) bagi komunikan setelah mendapatkan pesan. Oleh karena itu, komunikasi akan efektif dan tujuan komunikasi akan tercapai, apabila masing-

masing pelaku yang terlibat di dalamnya mempunyai persepsi yang sama terhadap simbol.

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau komunikasi dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tersebut melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang di gunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus vokal dan sebagainya. Dan perpindahan yang efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tetapi bahwa seseorang mengirimkan berita dan menerimanya sangat tergantung pada ketrampilan-ketrampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara, dan lain-lain) untuk membuat sukses pertukaran informasi.

Menurut Hovland bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah tingkah laku orang lain (Widjaya, 2006:26). Adapun pengertian komunikasi yang lain menurut Rogers dan Kincaid (dalam Cangara, 2006:19) adalah komunikasi sebagai suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saat saling pengertian yang mendalam.

Sedangkan menurut Widjaya (2006:11), menyebutkan penyebab komunikasi didalam suatu perusahaan atau organisasi pada umumnya sebagai hubungan ataupun kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau dapat diartikan sebagai sarana tukar menukar pendapat atau sebagai kontak antara manusia secara individu ataupun kelompok.

Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*). Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicatee*). Komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan (Effendy, 2007:28). Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima (Mulyana, 2007:68). Komunikasi adalah proses suatu ide dialihkan dari satu sumber kepada satu atau banyak penerima dengan maksud mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2007:69).

Komunikasi adalah sebuah cara yang digunakan sehari-hari dalam menyampaikan pesan atau rangsangan (*stimulus*) yang terbentuk melalui sebuah proses yang melibatkan dua orang atau lebih. Dimana satu sama lain memiliki peran dalam membuat pesan, mengubah isi, dan makna, merespon pesan atau rangsangan tersebut serta memeliharanya di ruang publik. Dengan tujuan sang komunikan dapat menerima sinyal-sinyal atau pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Berdasarkan definisi ini, dapat dinyatakan bahwa komunikasi sebagai suatu proses, dalam hal ini orang-orang bermaksud memberikan pengertian melalui pengiriman berita secara simbolis, dapat menghubungkan para anggota dan berbagai satuan organisasi yang berbeda dan bidang yang berbeda pula sehingga sering disebut rantai pertukaran informasi.

2. Unsur-unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi (Cangara,2004:21). Kaitan antara satu unsur dengan unsur lainnya dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Sumber : Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.
- b. Pesan : Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.
- c. Media : Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media

bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

Menurut Harold Laswell bahwa cara terbaik untuk menjelaskan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan *Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect* (Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa). Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur, yakni : *Communicator* (Komunikator), *Message* (Pesan), *Media* (Media), *Receiver* (Komunikan/Penerima), dan *Effect* (Efek) (Effendy, 2007:253). Paradigma tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Who* : komunikator, orang yang menyampaikan pesan.
- b. *Says What* : pernyataan atau pesan yang disampaikan komunikator.
- c. *In Which Channel* : media, sarana atau saluran yang mendukung pesan yang di sampaikan.
- d. *To Whom* : komunikan, orang yang menerima pesan.
- e. *With What Effect* : efek dampak sebagai pengaruh pesan atau hasil dari komunikasi.

3. Fungsi Komunikasi

Dalam terjadinya komunikasi tidak terlepas dari bentuk dan fungsi komunikasi, dimana komunikasi yang baik, tidak jauh dari fungsi yang mendukung keefektifan komunikasi. Adapun fungsi komunikasi menurut Effendy (2005), adalah sebagai berikut:

- a. Menginformasikan (*to inform*)

Kegiatan komunikasi itu memberikan penjelasan, penerangan, mengenai

bentuk informasi yang disajikan dari seorang komunikator kepada komunikan. Informasi yang akurat diperlukan oleh beberapa bagian masyarakat untuk bahan dalam pembuatan keputusan.

b. Mendidik (*to educate*)

Penyebaran informasi tersebut sifatnya member pendidikan atau penganjuran sesuatu pengetahuan, menyebarluaskan kreativitas untuk membuka wawasan dan kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun di luar sekolah.

c. Menghibur (*to entertaint*)

Penyebaran informasi yang disajikan kepada komunikan untuk memberikan hiburan. Menyapaikan informasi dalam lagu, lirik dan bunyi, maupun gambar dan bahasa membawa setiap orang pada situasi menikmati hiburan.

d. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi khalayak untuk memberi motivasi, mendorong untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang dilihat, dibaca, dan didengar. Serta memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah yang baik dan modernisasi.

Mengenai fungsi komunikasi, menurut McBride (dalam Widjaja, 2006: 64-66) menjelaskan dalam arti yang lebih luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita atau pesan tetapi sebagai kegiatan individu atau kelompok mengenai tukar menukar data, fakta, dan ide.

4. Jenis-Jenis Komunikasi

Sistem komunikasi yang dianut oleh organisasi akan langsung mempengaruhi tipe atau jenis komunikasi. Menurut Purwanto (2006:36), berdasarkan hal ini sistem komunikasi bergantung pada struktur organisasi dan mekanisme koordinasi.

a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang lazim digunakan dalam dunia bisnis untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain baik secara tertulis (*written*) maupun lisan. Dalam komunikasi, seseorang dapat saja mengekspresikan pesan-pesannya secara non verbal (tidak secara tertulis atau lisan). Namun, ekspresi secara non verbal memiliki suatu keterbatasan dalam mengkomunikasikan suatu pesan kepada pihak lain. Sebagai contoh, jika ingin membahas suatu kejadian masa lalu, ide atau abstraksi, seseorang tidak dapat menggunakan ekspresi wajah atau bahasa tubuh untuk menerangkannya. Sebaliknya, dia harus menggunakan bahasa verbal, dengan menyusun kata-kata kedalam suatu pola yang memiliki arti atau makna dalam bentuk tertulis atau lisan. Melalui komunikasi secara lisan atau tertulis, diharapkan orang dapat memahami apa yang disampaikan oleh pengirim pesan dengan baik. Penyampaian suatu pesan secara lisan maupun tertulis memiliki suatu harapan bahwa seseorang akan dapat mendengar atau membaca apa yang dikatakan dengan baik dan benar.

b. Komunikasi Non Verbal

Bentuk komunikasi yang paling mendasar didalam suatu komunikasi bisnis adalah komunikasi non verbal. Dalam komunikasi, sebelum manusia menggunakan kata-kata, mereka telah menggunakan gerakan-gerakan tubuh, bahasa tubuh (*body language*) sebagai alat untuk berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi non verbal sering tidak terencana atau kurang terstruktur. Namun, komunikasi non verbal memiliki pengaruh yang lebih besar daripada komunikasi verbal. Contohnya saja ketika kita memperhatikan emosi seorang pemimpin dalam suatu organisasi bisnis yang meluapkan kemarahannya kepada bawahan atau karyawan yang melakukan kesalahan fatal dalam menjalankan pekerjaannya. Salah satu keunggulan komunikasi non verbal adalah kesahihannya (reliabilitas). Hal ini berkaitan dengan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kebenaran pesan-pesan yang disampaikan dengan menggunakan bahasa isyarat.

c. Komunikasi Ke Atas

Komunikasi ke atas mengalir ke tingkat yang lebih tinggi dalam kelompok atau organisasi. Komunikasi ini digunakan untuk memberikan umpan balik ke atas, menginformasikan mereka mengenai kemajuan ke sasaran, dan menyampaikan masalah-masalah yang dihadapi. Komunikasi ke atas menyebabkan para manajer menyadari perasaan para karyawan terhadap pekerjaannya, rekan sekerjanya dan organisasi secara umum. Manajer juga

mengandalkan komunikasi ke atas untuk memperoleh gagasan mengenai cara memperbaiki kondisi.

d. Komunikasi Ke Bawah

Komunikasi yang mengalir dari satu tingkat dalam kelompok atau organisasi ketingkat yang lebih bawah disebut komunikasi ke bawah. Pola ke bawah digunakan oleh pimpinan kelompok dan manajer untuk menetapkan sasaran, memberikan instruksi pekerjaan, menginformasikan kebijakan dan prosedur ke bawahan, menunjukkan masalah yang memerlukan perhatian, dan mengemukakan umpan balik tentang kinerja. Namun komunikasi ke bawah tidak harus merupakan kontak lisan atau tatap muka. Bila manajemen mengirim surat karyawan untuk memberitahu mereka mengenai kebijakan cuti sakit yang baru dari organisasi, maka manajemen itu sedang menggunakan komunikasi ke bawah.

e. Komunikasi Horizontal

Ketika komunikasi terjadi di antara kelompok kerja yang sama, di antara anggota kelompok kerja pada tingkat yang sama, diantara manajer pada tingkat yang sama, atau diantara setiap personel yang secara horizontal ekuivalen, kita namakan itu sebagai komunikasi horizontal. Komunikasi horizontal ini sering diperlukan untuk menghemat waktu dan memudahkan koordinasi.

f. Komunikasi Diagonal

Komunikasi yang memotong secara menyilang (diagonal) rantai perintah organisasi. Hal ini sering terjadi sebagai hasil dari hubungan-hubungan

departemen lini dan staf, yaitu bahwa hubungan yang ada antara personalia lini dan staf dapat berbeda-beda yang akan membentuk beberapa komunikasi diagonal yang berbeda-beda pula.

5. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi adalah sebagai saluran untuk melakukan dan menerima pengaruh mekanisme perubahan, alat untuk mendorong atau mempertinggi motivasi perantara dan sebagai sarana yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuannya. Menurut Effendy (2007:145), komunikasi mempunyai empat fungsi penting yaitu :

a. Fungsi kontrol

Komunikasi formal dapat dilakukan dengan mengontrol karyawan dengan menanyakan ulang deskripsi pekerjaannya, kepada siapa melaporkan hasil pekerjaannya dan hal lain-lain yang membutuhkan komunikasi dengan atasan mereka.

b. Fungsi motivasi

Fungsi ini biasanya dilakukan melalui pemberian *feedback* kepada bawahan mengenai apa yang telah mereka lakukan, sebaik apa mereka mengerjakannya dan apa yang sebaiknya dilakukan untuk meningkatkan kinerjanya di masa depan.

c. Fungsi emosi

Pada dasarnya salah satu tujuan bekerja adalah melakukan interaksi sosial. Salah satu bentuk interaksi sosial tersebut adalah komunikasi (formal atau

informal), dimana masing-masing anggota organisasi dapat mengekspresikan emosi yang negatif.

d. Fungsi informasi

Berhubungan dengan memperlancar pengambilan keputusan yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen. Dengan mentransfer data dan alternatif pilihan yang ada.

C. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Pengertian komunikasi massa, merujuk pada pendapat Tan dan Wright, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (*media*) dalam menghubungkan komunikator dengan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal saling berjauhan (berpencar), sangat heterogen dan menimbulkan efek tertentu (Elvinaro dkk,2004:5). Sumber komunikasi massa bukanlah individu, melainkan suatu organisasi formal (McQuail, 2003:33). Organisasi yang mengirimkan pesan disebut dengan komunikator, secara profesional menyampaikan pesan kepada khalayak. Pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa tidak menimbulkan kesan unik atau kecenderungan untuk menjadikan keadaan subjektif, tidak beraneka ragam dan cenderung dapat diperhitungkan. Dalam komunikasi massa, pesan yang disampaikan kepada khalayak diproses, distandarisasi dan selalu diperbanyak. Pesan di dalam komunikasi massa merupakan produk dan komoditi yang memiliki nilai tukar secara acuan simbolik yang mengandung nilai kegunaan (McQuail, 2003 : 44).

Menurut Brittner dalam Sendjaja (2006:158) memberikan definisi

komunikasi massa yaitu pesan-pesan yang di komunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi ini memberikan batasan pada komponen-komponen dari komunikasi massa yang mencakup pesan-pesan, media (surat kabar, majalah, televisi, radio, dan film) serta khalayak. Menurut Effendy (2004:50), komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Komunikasi massa merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi dan film. Isi komunikasi massa bersifat umum dan terbuka. Oleh karena itu, maka sumber komunikasi massa bukanlah satu orang, melainkan suatu organisasi formal dan sang pengirimnya seringkali merupakan komunikator profesional. Komunikasi massa menekankan pada isi atau pesan dengan penggunaan media. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa atau *mass communication* merupakan suatu proses komunikasi dengan menggunakan media massa.

Menurut Rakhmat (2004:65), komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar melalui media cetak, surat kabar, majalah, elektronik, radio dan televisi, sehingga pesan dapat diterima secara serentak dan sesaat. Pesan yang disampaikan melalui media massa merupakan produk dan komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang mempunyai nilai guna.

Siapa yang menjadi sasaran pesan yang dikomunikasikan melalui media massa menjadi pertimbangan penting, karena faktor ini akan menentukan sikap

sebagai respons seorang individu atau sekelompok individu, yang selanjutnya disebut massa. Massa dalam konteks Komunikasi Massa sangat tergantung pemaknaan yang diberikan kepada hal itu, termasuk mengenai berapa banyaknya jumlah khalayak yang disebut massa. Blumer mengartikan massa seperti yang dikutip dalam Mc.McQuail, adalah: kolektivitas yang kita temukan dalam kehidupan sosial, khususnya kelompok, kerumunan dan publik. Selanjutnya, Wright menyebutkan pengertian komunikasi massa sebagai: jenis khusus dari komunikasi sosial yang melibatkan berbagai kondisi pengoperasian, terutama sifat khalayak, sifat bentuk komunikasi dan sifat komunikatornya. (McQuail, 2003 : 32).

Melihat beberapa definisi yang ada, bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi sosial dengan memperhitungkan keadaan terutama sifat khalayak, melalui saluran komunikasi massa seperti media cetak dan media elektronik, khusus dalam penelitian ini media yang dimaksud adalah televisi sebagai media elektronik. Massa dalam komunikasi massa merupakan tujuan yang hendak dijangkau melalui pesan-pesan tersebut. Massa bukanlah merupakan individu yang pasif, memiliki latar belakang budaya, latar belakang ekonomi, latar belakang politik serta nilai-nilai yang membawa kepada tindakan selektif terhadap pemilihan kebutuhan pesan yang mereka butuhkan. Oleh karena itu pesan yang disampaikan secara terlembaga harus memperhatikan dengan sungguh-sungguh dan secermat mungkin kebutuhan-kebutuhan masyarakat yang dituju. Dengan memenuhi fungsi pemenuhan kebutuhan kognitif, berupa peneguhan informasi, pengetahuan pengetahuan, dan peneguhan pemahaman

mengenai lingkungan sosial, selanjutnya dalam memenuhi kebutuhan afektif, berupa peneguhan nilai kelayakan, kesenangan, dan emosional.

2. Karakteristik Komunikasi Massa

Menurut Elvinaro dkk (2004), karakteristik komunikasi massa ada delapan yaitu:

- a. Komunikator terlembagakan, melibatkan lembaga dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks, misalnya media televisi;
- b. Pesan bersifat umum, ditujukan untuk semua orang bukan sekelompok tertentu;
- c. Komunikannya anonim dan heterogen, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim) karena menggunakan media dan tidak tatap muka sedangkan komunikannya heterogen terdiri dari berbagai lapisan masyarakat;
- d. Media massa menimbulkan keserempakkan, keserempakkan kontak dengan sejumlah besar dalam jarak yang jauh dari komunikator dan penduduk tersebut satu sama lain berada dalam keadaan terpisah;
- e. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang digunakan;
- f. Komunikasi massa bersifat satu arah, komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung;

- g. Stimulasi alat indera terbatas, tergantung pada jenis media massa serta.
- h. Umpan balik tertunda dalam komunikasi massa maka umpan balik tertunda karena tidak berkomunikasi secara langsung.

Menurut Dominick (dalam Erdinaya dkk,2004), mengenai fungsi komunikasi massa bagi masyarakat ada lima, yaitu :

- a. Pengawasan yang terbagi menjadi dua yaitu pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman bencana alam, serangan militer dan lain-lain, sedangkan pengawasan instrumental adalah penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Penafsiran terhadap kejadian penting.
- c. Pertalian yang dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.
- d. Penyebaran nilai-nilai yang mewakili seseorang dengan model peran yang diamati dan harapan untuk menirunya.
- e. Hiburan untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak.

Efek kognitif komunikasi massa menurut Roberts dalam Rakhmat (2004) mengatakan komunikasi massa secara tidak langsung menimbulkan perilaku tertentu tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan dan citra inilah yang mempengaruhi cara kita berperilaku. Citra terbentuk berdasarkan informasi yang kita terima. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi dan informasi itu dapat membentuk, mempertahankan atau meredefinisikan citra. Media menampilkan realitas yang sudah diseleksi (realitas tangan kedua).

D. Komunikasi Visual

1. Pengertian Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah suatu proses penyampaian pesan dimana lambang-lambang yang dikirimkan komunikator hanya ditangkap oleh komunikan semata-mata hanya melalui indra penglihatan. Bentuk komunikasi seperti ini bisa bersifat langsung (sebagaimana dua orang tuna rungu saling bercengkrama menggunakan bahasa isyarat), namun sebagian besar menggunakan media perantara yang lazim disebut media komunikasi visual. Kroeger dalam Sobur (2003), *Visual Communication* (komunikasi visual) adalah latihan teori dan konsep-konsep melalui tema-tema visual dengan menggunakan warna, bentuk, garis dan penjajaran (*juxtaposition*). memaknai desain grafis sebagai suatu terjemahan dari ide dan tempat ke dalam beberapa jenis urutan yang struktural dan visual.

Menurut Sihombing (2015) bahwa desain grafis mempekerjakan berbagai perangkat seperti marka, simbol, uraian verbal yang ditampilkan lewat tipografi

dan gambar. Visualisasi tersebut ditampilkan baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Dan juga, beberapa perangkat tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi. Komunikasi visual biasanya diasosiasikan dengan seni rupa, simbol, fotografi, tipografi lukisan, desain grafis, ilustrasi, dan lain-lain. Konsep komunikasi visual adalah memadukan unsur-unsur desain grafis seperti kreatifitas, estetika, efisiensi, dan komunikatif untuk menciptakan suatu media yang dapat menarik perhatian, juga menciptakan media komunikasi yang efektif agar dapat diapresiasi oleh komunikan atau orang lain. Dan komunikasi visual merupakan payung dari berbagai kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur rupa (*visual*) pada berbagai media seperti percetakan atau grafika, marka grafis, papan reklame, televisi, film atau video, internet, serta yang lainnya.

Masyarakat saat ini berbasis multimedia. Gambar selalu dapat menarik perhatian karena *point of interest* sangat mencolok sehingga pesan yang ingin disampaikan mudah dipahami. Masyarakat sangat tangkap dengan informasi yang diterima tidak terlalu berat atau informasi berat yang dikemas ringan. Dengan demikian komunikasi visual menjawab kebutuhan masyarakat karena informasi yang disampaikan bisa jadi bernilai tinggi, namun dikemas lebih sederhana, menarik, dan modern. Menurut Suyanto (dalam Sihombing, 2015) bahwa desain komunikasi visual ini diartikan sebagai sebuah seni serta komunikasi yang digunakan kebutuhan bisnis dan industri. Ketrampilan ini bisa meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan. Serta lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual

melengkapi pesan dalam publikasi. Menurut Hapsari dkk (2013) adapun tujuan desain komunikasi visual antara lain: identifikasi (mengarahkan pada pengenalan identitas), informasi (memberikan pengetahuan baru), promosi (provokasi/hasutan), persuasif, propaganda (berhubungan dengan pencitraan).

2. Unsur-Unsur Desain Komunikasi Visual

Menurut Sumbo (2008), unsur dalam desain komunikasi visual yaitu :

- a. Warna – Unsur penting dalam DKV. Karena warna merupakan unsur yang dapat sebagai penanda atau sesuatu ciri khas dalam suatu design. Warna sendiri dibedakan menjadi dua: *RGB dan CMYK*.
- b. Format – Unsur sekunder/tambahan dalam DKV. Unsur ini bertugas mengartikan besar kecilnya ketajaman pada objek. Dengan kata lain, apabila objek itu dihasilkan lebih besar ketajamannya dari yang lain, berarti itu merupakan hal yang lebih penting untuk disampaikan. (Baca juga: Prinsip-Prinsip Komunikasi)
- c. Tekstur – Corak dalam suatu design yang dapat dilihat melalui indra peraba. Tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda, seperti permukaan karpet, baju, kulit kayu, cat dinding, cat canvas, dan yang lainnya. Tekstur dibagi menjadi dua yaitu nyata dan semu.
- d. Ruang – Jarak antara suatu bentuk dengan bentuk lainnya. Dan, disinilah komunikator dapat memberikan efek estetika desain juga dinamika desain grafis. Kemudian, ruang digolongkan menjadi dua unsur. Antara lain objek dan background.

3. Ruang Lingkup Komunikasi Visual

Ruang lingkup ini merupakan beberapa hal yang kerap menggunakan komunikasi visual dalam melakukan komunikasi. Ruang lingkup itu di antaranya :

- a. Desain Grafis Periklanan (*Advertising*). Dalam hal periklanan pasti membutuhkan komunikasi visual dan persuasif. (Baca juga: Psikologi Komunikasi)
- b. Animasi. Inilah yang menarik untuk para komunikator dengan teknik komunikasi visual.
- c. Desain Identitas Usaha (*Corporate Identity*). Pada umumnya, hal ini digunakan ketika pembuatan *Company Profile*, *Mock Up*, hingga *Slider Presentation*.
- d. Desain Marka Lingkungan (*Environment Graphics*).
- e. Desain Multimedia. Desain multimedia ini digunakan di perusahaan percetakan seperti pembuatan banner, backdrop, stiker, dan lain sebagainya.
- f. Desain Grafis Industri (promosi). Desain Grafis Media (buku, surat kabar, majalah, dan lain-lain). Biasanya hal ini dilakukan di pekerjaan penerbitan ataupun redaksional.
- g. Cergam (komik), Karikatur, Poster. Hal ini diperlukan ketika pembuatan ilustrasi terhadap tulisan sebagai perwakilan tulisan. (Baca juga: Gender dan Komunikasi)
- h. Fotografi, Tipografi, dan Ilustrasi. (Sumbo : 2008)

E. Fotografi

Pratikno (1987:149) menyatakan bahwa istilah fotografi, yang mula-mula diperkenalkan oleh seorang astronom Inggris bernama John Herschel, berasal dari bahasa Yunani “*photos*” yang berarti sinar, dan “*graphos*” yang berarti menulis/melukis. Sehingga secara singkat dapat dikatakan bahwa fotografi adalah melukis dengan sinar. Foto juga mempunyai arti hasil proses fotografi, sedangkan arti luas foto adalah gambar mati yang terbentuk dari penyinaran dengan alat kamera mendistribusikan cahaya kesuatu bahan yang sensitif (peka) terhadap cahaya. Sedangkan fotografi dalam dunia seni menurut Sukarya (2009: 11) adalah mengajarkan pada kita cara yang unik dalam melihat dunia dan sekaligus memberikan penyadaran baru akan segala ada di sekitar kita.

Perkembangan fotografi berlangsung begitu cepat seiring dengan perkembangan teknologi. Fotografi akhirnya terbagi sedemikian banyak, fotografi punyai pembagian mengikuti keanekaragamnya. Kategori dalam jenis fotografi menjadi keanekaragaman kajian fotografi dalam spesialisasi. Fotografi sekarang mempunyai banyak spesialisasi, pembagian kategori fotografi bertujuan memudahkan pemaknaan realitas dalam homogen. Pembagian dalam fotografi itu memberikan identitas yang berbeda karena spesifikasinya beraneka ragam, tergantung kepentingan pengguna fotografi.

Abdi (2012:5) setidaknya mengklasifikasikan spesifikasi fotografi lebih dari 20 kategori antara lain, *still life photography*, *fine art photography*, *art photography*, *abstract photography*, *street photography*, *fashion photography*, *model photography*, *architectural photography*, *landscape photography*, *travel*

photography, dan *documentary photography*. Selain itu, ada *wedding photography*, *photojournalism*, *aerial photography*, *etnophotography*, *macro photography*, *micro photography*, *pinhole photography*, *underwater photography*, *painting photography*, *digital painting photography*, *nudes photography*, *infrared photography*, dan *astro photography*.

Pembagian atau pengklasifikasian fotografi dilakukan untuk menentukan bagaimana kategori itu dipahami dalam perspektif yang berbeda berdasarkan, teknik, fungsi, dan tujuan.

F. Pesan

Pesan (*message*) terdiri dari dua aspek, yakni isi atau isi pesan (*the content of message*) dan lambang (*symbol*) untuk mengekspresikannya. Lambang utama pada media radio adalah bahasa lisan; pada surat kabar bahasa tulisan; ada juga gambar; pada film dan televisi lambang utama adalah gambar. Pesan yang disiarkan media massa bersifat umum, karena memang untuk kepentingan umum. Penataan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda satu sama lainnya. pesan yang memiliki daya pikat dan daya tarik yang kuat akan mendapat respon bagi khalayak yang melihat dan menyaksikannya yang pada akhirnya dapat mengubah sikap, pandangan dan perilaku khalayak yang telah melihat isi pesan tersebut. Pesan dapat dikaitkan dalam makna cerita dalam sebuah pesan dari komunikator yang dapat menarik perhatian komunikan atau khalayak sehingga komunikan merasa semakin suka dan pada sebuah film harus memiliki kualitas nilai seni yang dapat menarik perhatian penonton atau komunikan (Effendy,2004:312)

Pada awalnya manusia berkomunikasi hanya dengan mimik dan gerak-gerik serta suara yang relatif tanpa makna, kecuali untuk mempertegas mimik dan gerak-gerik. Pesan disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasi seperti apa yang ia pikir dan rasakan karena itu, pesan kita definisikan sebagai segala sesuatu, verbal maupun non verbal, yang disampaikan komunikator kepada komunikan untuk mewujudkan motif komunikasinya. Komunikasi juga dapat dilihat dari gerakan bahasa tubuh yang memiliki makna dan pesan yang berbeda-beda. Dan berkaitan dengan proses berkomunikasi antara komunikator kepada komunikan.

Selain bentuk pesan, pemahaman atas makna dan penyajian pesan juga penting untuk dikaji. Makna pesan terkait dengan makna denotatif, yakni makna formal yang biasanya tertera sebagaimana dikamus, sedangkan makna konotatif terkait dengan konotasi dari lambang komunikasi yang digunakan. selain itu, cara penyajian dan tehnik penyajian pesan juga merupakan sesuatu yang mutlak diperhatikan agar komunikasi berlangsung efektif. Makna komunikasi dapat dibedakan dalam dua bagian antara makna baku dan makna yang biasa dilakukan sehari-hari dengan menggunakan gerakan atau bahasa tubuh sehingga komunikasi tidak selamanya bermakna formal.

G. Semiotika

Menurut Novianti (2002:76), ilmu komunikasi mencakup segala aspek ilmu sosial dan kebahasaan. Dalam lingkup yang sangat luas itu, ada satu pendekatan yang sangat penting, yaitu semiotika. Semiotika berasal dari bahasa Yunani: *semeion*, yang berarti tanda. Secara sederhana, semiotika didefinisikan sebagai teori tentang tanda atau sistem tanda. Sedangkan tanda atau sign adalah sesuatu yang memiliki makna, yang mengkomunikasikan pesan-pesan kepada seseorang.

Semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda. Studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungan dengan tanda-tanda lain, pengirimnya dan penerimanya oleh mereka yang menggunakannya. Menurut Preminger (2001), ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial atau masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan tanda-tanda tersebut mempunyai arti (Kriyanto, 2006: 263). Semiotika berhubungan dengan antara tanda, penanda, dan pikiran manusia. Tradisi ini sangat berpengaruh dalam membantu kita melihat bagaimana tanda dan simbol digunakan, apa maknanya, dan bagaimana mengaturnya. Biasanya terdiri atas campuran simbol-simbol yang diatur secara spesial dan kronologis untuk menciptakan sebuah kesan, menyampaikan sebuah gagasan, atau memunculkan sebuah pemaknaan pada audiens.

Sementara Aart Van Zoest dalam Budiman (2004:3) mengungkapkan bahwa semiologi memiliki dua pendekatan yang dipelopori oleh Charles Sanders

Peirce dan Ferdinand de Saussure. Jika kita mengikuti Charles Sanders Peirce, maka semiotika tidak lain daripada sebuah nama lain bagi logika, yakni “doktrin formal tentang tanda-tanda” (*the formal doctrine of signs*); sementara bagi Ferdinand de Saussure, semiologi adalah sebuah ilmu umum tentang tanda, “suatu ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda di dalam masyarakat” (*a science that studies the life of signs within society*). Perbedaan pendekatan semiotik di antara keduanya adalah, bagi Peirce pendekatan semiotikanya lebih menekankan pada logika, sedangkan Saussure lebih menekankan pada linguistik.

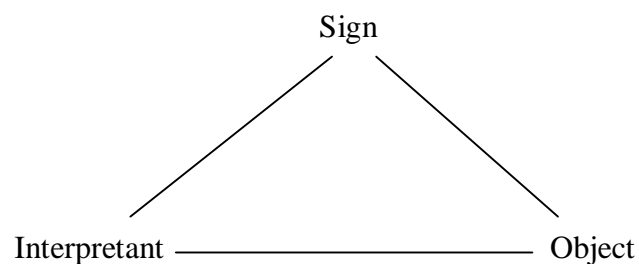
Menurut Peirce, sebuah tanda mengacu pada suatu acuan, dan representasi adalah fungsi utamanya. Hal ini sesuai dengan definisi dari tanda itu sendiri, yaitu sebagai sesuatu yang memiliki bentuk fisik, dan harus merujuk pada sesuatu yang lain dari tanda tersebut. Dalam pengertian semiotik, yang termasuk tanda adalah kata-kata, citra, suara, bahasa tubuh atau gestur, dan juga obyek.

Tanda terdapat dimana-mana. Kata adalah tanda, demikian pula gerak isyarat, lampu lalu lintas, bendera, dan sebagainya. Oleh karena itu, segala sesuatu bisa menjadi sebuah tanda, misalnya struktur karya sastra, struktur film, orang, bangunan, atau nyanyian burung dapat dianggap sebagai tanda. Peirce yang adalah ahli filsafat Amerika (Sujiman, 1996: 7) menegaskan bahwa kita hanya dapat berpikir dengan sarana tanda. Berarti, sudah pasti bahwa tanpa tanda kita tidak dapat berkomunikasi.

Dalam Berger (2000:11), bagi Pierce yang ahli filsafat dan logika, penalaran manusia senantiasa dilakukan lewat tanda. Artinya manusia hanya dapat berpikir lewat tanda. Dalam pikirannya, logika sama dengan semiotika dan

semiotika dapat diterapkan pada segala macam tanda. Menurut Sorbur (2003:41), Charles Sanders Pierce terkenal karena teori tandanya di ruang lingkup semiotika. Pierce mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan kepertamaan, objeknya adalah kekeduaan, dan penafsirannya unsur pengantara adalah keketigaan. Keketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tak terbatas, selama suatu penafsir (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi yang lain (yaitu sebagai wakil dari suatu makna atas penanda) bisa ditangkap oleh penafsir lainnya. Peirce membagi tanda-tanda menurut *interpretant* menjadi *rheme* (tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan), *dicent sign* atau *dicsign* (tanda sesuai kenyataan), dan *argument* (tanda yang langsung memberikan alasan tertentu).

Dalam usaha mencari makna suatu tanda Peirce membuat teori triangle meaning yang terdiri atas *sign*, *object*, *interpretant*. Salah satu bentuk tanda adalah kata, sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda, sementara interpretant adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Apabila ketiga elemen makna itu berinteraksi dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut.



Elemen-Elemen Makna Pierce

Sumber : Bertens (2001:180)

Sedangkan menurut Saussure dalam Bertens (2001:180), tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau petanda (*signified*). Dengan kata lain, penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Jadi, penanda adalah aspek material dari bahasa yaitu apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Petanda adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep. Jadi, petanda adalah aspek mental dari bahasa. Suatu penanda tanpa petanda tidak berarti apa-apa dan karena itu tidak merupakan tanda. Sebaliknya, suatu petanda tidak mungkin disampaikan atau ditangkap lepas dari penanda; petanda atau yang ditandakan itu termasuk tanda sendiri dan dengan demikian merupakan suatu faktor linguistik. Penanda dan petanda merupakan kesatuan seperti dua sisi dari sehelai kertas. Berikut ini peta penanda Roland Barthes.

Gambar 2.1. Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
6. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Dalam Sobur (2003::63), tanda menurut Roland Barthes tidak bisa lepas dari bahasa. Barthes menyatakan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Bahasa dianggap sebagai unsur terpenting dalam komunikasi. Dengan bahasa tersebut, manusia mengadakan komunikasi satu dengan yang lainnya.

Diantara lambang-lambang atau simbol yang digunakan dalam proses komunikasi, seperti bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya. Bahasa adalah yang paling banyak digunakan. Hanya bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini. Baik mengenai hal yang konkret maupun yang abstrak. Bukan saja tentang hal atau peristiwa pada saat sekarang, tetapi juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang.

Menurut McQuail (1991:182), asumsi yang paling mendasar dari semiotika adalah menentukan bahwa segala sesuatu adalah tanda. Prinsipnya, segala sesuatu yang dapat menimbulkan kesan arti dapat pula berfungsi sebagai tanda, dan kesan arti itu tidak perlu harus berkaitan dengan kesan arti yang terbentuk dari sesuatu yang diartikan atau ditandakan. Bukan hanya bahasa atau unsur-unsur komunikasi tertentu saja yang tak tersusun sebagai tanda-tanda.

Pada dasarnya, konsep utama semiotika, mencakup dua elemen dasar yang dapat digunakan untuk melakukan interpretasi tanda, yaitu:

- a. Tanda (*sign*), adalah yang memimpin pemahaman objek kepada subjek. Tanda selalu menunjukkan kepada suatu hal yang nyata, seperti benda kejadian, tulisan peristiwa dan sebagainya. Tanda adalah arti yang statis lugas, umum, dan obyektif.
- b. Lambang (*symbol*), adalah keadaan yang memimpin pemahaman subyek kepada obyek. Pemahaman masalah lambang akan mencakup penanda (*signifier*), dan petanda (*signified*). Penanda adalah yang menandai sesuatu yang tidak seorang pun manusia yang sanggup berhubungan dengan

realitas kecuali dengan perantara bermacam tanda. Dalam Sudjiman (1996:43), menurut Ferdinand de Saussure, tanda atau lambang mempunyai identitas, yaitu :

- 1) *Signifier (sound image)*, tanda atau penanda, merupakan bunyi dari tanda atau kata.
- 2) *Signified (concept)*, makna atau petanda, merupakan suatu konsep atau makna dari tanda tersebut. Hubungan antara signifier dan signified menurut Saussure bersifat arbitrari, yang berarti tidak ada hubungan yang logis. Menurutnya, tanda “mengekspresikan” gagasan sebagai kejadian mental yang berhubungan dengan pemikiran manusia. Jadi secara implisit, tanda berfungsi sebagai alat komunikasi antara dua orang manusia yang secara disengaja dan bertujuan untuk menyatakan maksud.
- 3) Isyarat (*signal*), adalah suatu hal atau keadaan yang diberikan oleh subjek kepada objek. Menurut Roland Barthes dalam Sobur (2003:123), semiotik tidak hanya meneliti mengenai penanda dan petanda, tetapi juga hubungan yang mengikat mereka secara keseluruhan. Barthes mengaplikasikan semiologinya ini hampir dalam setiap bidang kehidupan, seperti mode busana, iklan, film, sastra dan fotografi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotika sebagai alat yang digunakan untuk meneliti data-data. Metode semiotika menurut Rusmana (2014: 421) pada dasarnya bersifat kualitatif-interpretatif, yaitu memfokuskan pada tanda dan teks sebagai objek kajian serta cara peneliti menafsirkan dan memahami kode di balik tanda dan teks tersebut. Metode analisis semiotik juga lebih menekankan perhatian mengenai lambang-lambang yang mengalami “retak teks”. Maksud retak teks di sini adalah bagian dari tanda atau teks yang ingin dipertanyakan lebih lanjut dicari tahu arti atau maknanya.

B. Informan Penelitian dan Sumber Data

Menurut Suyanto (2005 :17) dalam penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi dari hasil penelitiannya, oleh karena itu pada penelitian kualitatif tidak dikenal adanya populasi dan sampel. Penentuan informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum (Sugiyono, 2009:221). Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat terpercaya baik berupa pernyataan, keterangan atau data-data yang

dapat membantu dalam memahami persoalan tersebut. Dalam penelitian ini penentuan informan kunci dilakukan dengan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2009:77) menjelaskan yang dimaksud dengan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan penjelasan di atas, maka yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu Guru Teater yang ada di Taman Budaya.

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis data yaitu :

a. Data Primer

Sumber data yang menjadi subjek penulisan ini berupa hasil wawancara yang dilakukan terhadap narasumber yang memahami makna Film Nyai Ahmad Dahlan karya Dyah Kalsitorini.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari sumber kedua, dan berfungsi sebagai pelengkap dari data primer itu sendiri. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diambil dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu, surat kabar, situs internet yang relevan dengan objek penelitian yang diteliti. Dalam hal ini yang menjadi sumber data yaitu Film Nyai Ahmad Dahlan.

C. Defenisi Konsep

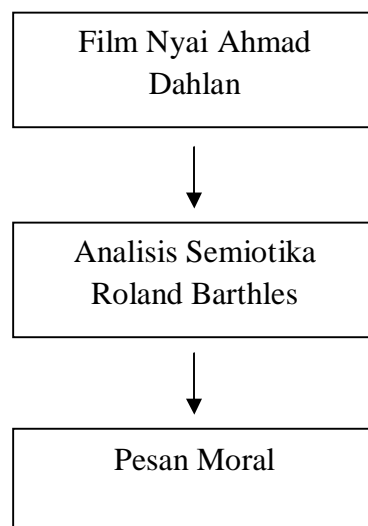
Konsep adalah istilah atau defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial. Dari uraian diatas digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti :

1. Komunikasi adalah sebuah cara yang digunakan sehari-hari dalam menyampaikan pesan atau rangsangan (*stimulus*) yang terbentuk melalui sebuah proses yang melibatkan dua orang atau lebih. Dimana satu sama lain memiliki peran dalam membuat pesan, mengubah isi, dan makna, merespon pesan atau rangsangan tersebut serta memeliharanya di ruang publik.
2. Komunikasi Massa adalah bentuk komunikasi sosial dengan memperhitungkan keadaan terutama sifat khalayak, melalui saluran komunikasi massa seperti media cetak dan media elektronik.
3. Pesan adalah suatu bagian dari komunikasi yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain.
4. Film adalah bagian dari seni yang memiliki fungsi untuk menyampaikan cerita menarik dan mengandung pesan positif sehingga para penikmat film mampu mendapatkan hiburan menarik dari sebuah tayangan film baik dari musik, cerita film bahkan aktris yang memerankan tokoh dalam sebuah film.
5. Semiotik adalah studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja. Semiotik adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotik atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana manusia (*human*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan

dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dimana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.

D. Kerangka Konsep

Kerangka konsep adalah sebuah konstruk berpikir yang menjadi landasan dalam menuntun perspektif penelitian yang kemudian sangat berpengaruh untuk menuntun perumusan hipotesis atau jawaban sementara, dimana kerangka konsep memberi batasan terhadap ruang lingkup penelitian yang diperlukan untuk menentukan jawaban dalam penelitian. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini peneliti gambarkan melalui bagan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian deskriptif kualitatif dikenal beberapa teknik atau metode pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian deskriptif

kualitatif terdiri dari pengumpulan data primer yakni : wawancara mendalam (*intensive/ depth interview*) yang dilakukan kepada informan yaitu Bapak Yondi Listanto dan Bapak Tubagus Muhayat Pradipta dan sekunder yakni : film (dokumentasi) (Arikunto, 2002:178).

F. Teknik Analisis Data

Analisis data, menurut Patton dalam Moleong (2006:280) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Patton membedakan dengan penafsiran yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan antara dimensi-dimensi uraian.

Penggunaan metode tersebut dengan pertimbangan bahwa penelitian ini berusaha untuk melihat bagaimanakah pesan moral yang terdapat pada Film Nyai Ahmad Dahlan. Terdapat beberapa langkah dalam melakukan analisis data, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan memfokuskan hal-hal yang penting tentang penelitian dengan mencari tema dengan pola hingga memberikan gambaran yang lebih jelas serta mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

b. Penyajian Data

Bermakna sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan tindakan. Penyajian data ini dilakukan dalam bentuk pemaparan hasil wawancara dengan informan penelitian dan analisis mengenai Film Nyai Ahmad Dahlan.

c. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Mengungkapkan makna secara langsung atau secara kasat mata yang menghasilkan makna yang sebenarnya. Data yang masih berupa foto tersebut diuraikan menjadi teks tertulis yang dianalisis berdasarkan komposisi dalam teknik-teknik pengambilan foto, komposisi-komposisi tersebut. Sesuai dengan metode penelitian bersifat kualitatif, analisa data sama sekali tidak menggunakan perhitungan secara kuantitatif. Semiotika digunakan untuk menganalisa makna dari tanda-tanda yang ada dari pesan-pesan komunikasi dalam foto jurnalistik yang dimuat dalam portal online Antara 9 Maret 2016. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisa data adalah dengan menentukan korpus yang berupa foto dan tampilan halaman depan. Kemudian dianalisis menggunakan analisis semiologi Roland Barthes.

Kurniawan (2001:114) memaparkan, semiologi Roland Barthes tersusun atas tingkatan-tingkatan sistem bahasa. Umumnya Barthes membuatnya dalam dua tingkatan bahasa, bahasa tingkat pertama adalah bahasa sebagai objek dan bahasa tingkat kedua yang disebutnya sebagai metabahasa. Bahasa ini merupakan

suatu sistem tanda yang memuat penanda dan petanda. Sistem tanda kedua terbangun dengan menjadikan penanda dan petanda tingkat satu sebagai penanda baru yang kemudian memiliki penanda baru sendiri dalam suatu sistem tanda baru pada taraf yang lebih tinggi. Sistem tanda pertama kadang disebutnya dengan istilah denotasi atau sistem terminologis sedang sistem tanda tingkat kedua disebutnya sebagai konotasi atau sistem retoris atau mitologi. Fokus kajian Barthes terletak pada sistem tanda tingkat kedua atau metabahasa.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menyajikan deskripsi dari data yang diperoleh melalui penelitian di lapangan melalui metode-metode pengumpulan data yang telah disebutkan pada bab terdahulu. Demikian juga halnya permasalahan yang hendak dijawab dalam bab ini adalah bagaimana makna bagaimana Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan Karya Dyah Kalsitorini (Analisis Semiotika Pada Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan). Dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab permasalahan secara mendalam, ada beberapa tahapan yang dilakukan penulis, yaitu; pertama, penelitian diawali dengan pengumpulan data serta gambar dan berbagai hal yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin dijawab. Kedua, penulis melakukan sejumlah observasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Subjek yang akan diteliti adalah film Nyai Ahmad Dahlan, dokumentasi berupa penggalan adegan film dilakukan guna memperoleh jawaban dari rumusan masalah yang peneliti tentukan serta untuk memperoleh data-data yang mendukung dalam penelitian ini. Data-data tersebut berupa *scene* penggalan adegan film mengenai permasalahan penelitian dalam skripsi ini.

Penulis menggunakan pisau analisis semiotika Roland Barthes yang merujuk pada makna *studium* dan *punctum* yang terkandung dalam *scene* yang diteliti. Stadium merupakan proses meraba-raba dan mengeksplorasi unsur yang ada. Punctum merupakan proses saat mulai bergerak dan berhenti pada saat yang

mengesankan. Guna mengembangkan hasil temuan dalam penelitian, selanjutnya penulis melihat hasil pemaknaan *scene* dan mengarahkannya pada kajian tentang nilai budaya yang terkandung di dalam *scene* tersebut.

A. Moral dan Film Nyai Ahmad Dahlan

Film Nyai Ahmad Dahlan merupakan sebuah film yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memiliki tujuan tertentu, yaitu ingin menyampaikan pesan-pesan moral yang mendidik dan memberi inspirasi bagi masyarakat terutama tentang peran perempuan. Film ini mencoba untuk memberi gambaran tentang pentingnya peran perempuan dalam kehidupan sehari-hari. Film Nyai Ahmad Dahlan adalah tuntunan sebagai perempuan yang tidak hanya memikirkan dirinya sendiri. Dalam nuansa kemerdekaan, film ini juga sebagai hadiah perjuangan pahlawan. Film ini dibintangi oleh Tika Bravani, Egy Fedly, Rara Nawangsih, Inne Azri, Malvino Fajaro, Silsila Suwandi, David Chalik, Cok Simbara, Della Puspita dll. Film ini disutradarai oleh Olla Ata Adonara mengambil alur cerita sesuai dengan kehidupan Nyai Ahmad Dahlan. Nyai Ahmad Dahlan atau Siti Walidah (lahir di Kauman, Yogyakarta, 3 Januari 1872 – meninggal di Kauman, Yogyakarta, 31 Mei 1946 pada umur 74 tahun) merupakan pahlawan nasional sekaligus istri dari pendiri Muhammadiyah, Kyai Haji Ahmad Dahlan. Nyai sendiri merupakan tokoh emansipasi perempuan di Indonesia.

Film biografi yang mengambil latar tentang sejarah Indonesia dengan judul Nyai Ahmad Dahlan, merupakan film yang bercerita tentang kisah dari seorang wanita bernama Siti Walidah (Tika Bravani) yang lebih dikenal dengan Nyai Ahmad Dahlan. Sejak kecil Siti Walidah memiliki impian untuk menjadi

seorang wanita yang pintar dan cerdas, Siti Walidah berkembang di tanah kelahirannya di Kauman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Nyai Ahmad Dahlan merupakan perwujudan dari perjuangan kaum perempuan untuk memperoleh pengakuan akan peran dan fungsinya dalam kehidupan masyarakat, beliau ingin merubah pandangan bahwa kaum wanita merupakan kaum lemah yang hanya mengurus urusan rumah tangga.

Pada masa tersebut, perempuan memiliki pergaulan yang sangat terbatas karena dibatasi oleh peraturan yang mengikatnya serta tidak belajar di sekolah formal seperti layaknya kaum laki-laki. Mayoritas perempuan pada masa tersebut merasa dikucilkan dari pergaulan masyarakat, oleh karena itu timbullah upaya dari sebagian perempuan untuk berupaya memperoleh hal yang sama dengan apa yang diperoleh oleh kaum laki-laki. Berdasarkan hal tersebut Nyai Ahmad Dahlan memiliki keinginan untuk memperjuangkan hak-hak dari kaum perempuan agar dapat diakui dan tidak dibedakan dengan kaum laki-laki. Nyai Ahmad Dahlan adalah putri dari Kyai Haji Muhammad Fadli, seorang ulama dan anggota Kesultanan Yogyakarta, daerah yang memiliki tokoh agama berasal dari keraton. Dia bersekolah di rumah karena perempuan dilarang bersekolah di tempat formal seperti halnya laki-laki, ia diajarkan berbagai aspek tentang Islam, termasuk bahasa Arab dan Qur'an, ia membaca Al Qur'an dalam naskah Jawa.

Beranjak dewasa, Siti Walidah atau Nyai Ahmad Dahlan menikah dengan sepupunya, KH. Ahmad Dahlan (David Chalik) dan dengan menjadi istri beliau menjadi Nyai Ahmad Dahlan. Kyai Ahmad Dahlan merupakan seorang sosok lelaki yang memiliki pikiran maju dan mendukung istrinya untuk bersama

membangun bangsa Indonesia. Nyai Ahmad Dahlan bersama dengan Kyai Ahmad Dahlan juga dengan segala kecerdasannya ikut membangun dan membesarkan Muhammadiyah. Karena pergaulan dari Nyai Ahmad Dahlan bersama dengan para tokoh-tokoh, baik dari tokoh dari Muhammadiyah dan juga tokoh pemimpin bangsa lainnya dan kebanyakan dari teman seperjuangan suaminya, wawasan dan pandangan dari Nyai Ahmad Dahlan menjadi sangat luas.

Setelah mendirikan dan membesarkan Muhammadiyah, Nyai Ahmad Dahlan turut merintis sebuah kelompok pengajian demi pengajian untuk memberikan ilmu keagamaan bagi para semua wanita hingga terbentuknya organisasi yang dikenal dengan 'Aisyiyah'. Pada zaman tersebut, tidak mudah untuk membesarkan organisasi wanita, Nyai Ahmad Dahlan bersama dengan para pengurus Aisyiyah harus berjuang memajukan perempuan yang bermanfaat bagi keluarga, bangsa dan negara. Saat Ahmad Dahlan sedang sibuk mengembangkan Muhammadiyah dan Aisyiyah saat itu, Nyai mengikuti suaminya dalam mengembangkan organisasi Muhammadiyah. Namun karena dianggap memiliki pandangan radikal, baik KH. Ahmad Dahlan dan Nyai Ahmad Dahlan ini kerap kali menerima ancaman. Misalnya, sebelum perjalanan yang dijadwalkan ke Banyuwangi, Jawa Timur mereka menerima ancaman pembunuhan dari kaum konservatif yang ada di daerah tersebut. Film Nyai Ahmad Dahlan diangkat sebagai film layar lebar sekaligus persembahkan dari Iras Film untuk bangsa Indonesia, Muhammadiyah, Aisyiyah, dan keluarga besar Kyai Haji Ahmad Dahlan. Dengan tujuan, untuk menumbuhkan rasa kebanggaan dan cinta Tanah Air dan bangga pada sosok pahlawan nasional kita. Hal ini penting

bagi pembelajaran pemuda Indonesia dalam menghargai peran dan jasa para pahlawan yang telah memperjuangkan Negara Indonesia.

B. Bentuk dan Pesan Moral Film Nyai Ahmad Dahlan

Film merupakan hasil karya yang sangat unik dan menarik, karena menuangkan gagasan dalam bentuk gambar hidup, dan disajikan sebagai hiburan yang layak dinikmati oleh masyarakat. Tetapi dalam pembuatan film harus memiliki daya tarik tersendiri, sehingga pesan moral yang akan disampaikan bisa ditangkap oleh penonton. Film Nyai Ahmad Dahlan merupakan film yang memberi gambaran mengenai peran kaum perempuan pada masa penjajahan sampai setelah penjajahan serta film yang menggambarkan seperti apa upaya yang dilakukan oleh kaum perempuan dalam hal ini yang dilakukan oleh Nyai Ahmad Dahlan dalam memperjuangkan peran perempuan. Hal tersebut dapat dilihat dalam penggalan film sebagai berikut :



Gambar. 4.1. Scene Rapat Pembentukan Organisasi Perempuan

Film Nyai Ahmad Dahlan mengambil *setting* tahun 1890 yang saat itu Siti Walidah atau Nyai Ahmad Dahlan berusia 12 tahun. Walaupun perempuan, ia termasuk anak yang beruntung dalam memperoleh pendidikan. Ayahnya Kyai Haji Muhammad Fadli (Cok Simbara), merupakan seorang ulama dan anggota Kesultanan Yogyakarta yang mengajarkan mengaji serta pengetahuan umum lainnya dengan tidak membedakan murid laki-laki dan perempuan. Semua berhak mendapatkan pelajaran tanpa ada perbedaan jenis kelamin, karena itu adalah perintah agama. Nyai Dahlan berbagi peran dalam upaya mengangkat umat agar berilmu pengetahuan terutama kalangan perempuan.

Berdasarkan scene diatas dapat dilihat bahwa kaum perempuan melakukan upaya-upaya agar dapat memperoleh kesetaraan dalam kehidupan bermasyarakat. Nyai Ahmad Dahlan bersama KH. Ahmad Dahlan mendiskusikan tentang pembentukan organisasi perempuan yang bertujuan untuk memberikan wadah bagi kaum perempuan dalam menyalurkan pendapat dan aspirasinya. Dengan menggunakan konteks sejarah seperti ini dapat membantu menggambarkan keadaan dan kondisi pada masa penjajahan dimana Nyai Ahmad Dahlan mulai berperan dalam kehidupan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Yondi Listanto tentang makna dan pesan dari Film Nyai Ahmad Dahlan beliau mengatakan bahwa film tersebut dipandang sebagai pesan biofik jadi sebuah pesan yang memberikan kecerdasan dan pengetahuan bagi kehidupan masyarakat Indonesia, tentang emansipasi wanita dan tentang seorang perempuan yang agamis dimana ia berjuang memberikan pandangan atau misi agama yang berkaitan dengan kondisi

kehidupan masyarakat yang berkembang pada saat itu. Nyai Ahmad Dahlan memberikan pandangan bahwa bergerak itu menjadi tanggung jawab bukan menjadi beban, berjuang bukan hanya melawan penjajah tetapi berjuang menanamkan dan memberikan kecerdasan bagi bangsa. Ketika Nyai Ahmad Dahlan harus berjuang sendiri tanpa didampingi oleh sang suami ia tidak menyerah, sebenarnya di Indonesia sudah menanamkan pesan emansipasi wanita sejak sebelum kemerdekaan dan pesan yang diberikan oleh Nyai Ahmad Dahlan membuat kecerdasan ini menjadi penting dalam membuat suatu perubahan. Peran film juga penting dalam mengedukasi dan mempengaruhi penontonnya, karena memberikan nilai edukasi bagi pengenalan nilai-nilai budaya dan melalui film ini kita jadi mengetahui peran tokoh agamis dan bagaimana ia memperjuangkan agamanya pada saat itu, dan berjuang melalui sisi yg lain yakni menegakkan keimanan bagi masyarakat. Film efektif mempengaruhi sifat penontonnya. Film bukan hanya sebuah tontonan tapi sebuah pembelajaran bagi masyarakat dan film Nyai Ahmad Dahlan mampu memberikan hal tersebut.

Dalam scene diatas dapat dilihat objek scene berupa beberapa orang wanita yang dapat dengan jelas di lihat. Seluruh sudut pandang kamera (*camera angle*) dalam *scene* ini diambil dari jarak yang dekat dan menunjukkan objek dalam skala yang besar (*close up*). Ini berfungsi untuk menekankan peran perempuan yang digambarkan kepada penonton. Ketika suatu *shot* selesai dan berpindah pada *shot* selanjutnya, kedua *shot* dikombinasikan bersama dan ketika gambar dari *shot* kedua muncul pada layar (*fade in*), gambar pada *shot* pertama menghilang (*fade out*). Pada kredit juga digunakan teknik *fade in* dan *fade out*

ini. Kamera juga berubah dari *long shot* ke *close up* (*zoom in*) pada objek perempuan. Kamera terkadang berubah fokus untuk memperlihatkan pada penonton objek selanjutnya lebih jelas dan fokus pada objek tersebut.



Gambar 2. Scene Saat Dalam Forum Muhammadiyah

Peran perempuan menjadi salah satu hal yang fokus diperjuangkan oleh Nyai Ahmad Dahlan. Berdasarkan scene diatas dapat dilihat bahwa Nyai Ahmad Dahlan juga aktif dalam forum-forum Muhammadiyah dan melalui Muhammadiyah pula beliau memperjuangkan aspirasi kaum perempuan agar dipandang setara dengan laki-laki pada masa itu. Pada masa itu budaya patriarki begitu kuat sehingga perempuan dipandang hanya sekadar kaum yang berurusan dengan urusan dapur, sumur, dan kasur. Kaum laki-laki tidak mau direbut posisinya yang begitu mapan, maka dari itu suatu hal yang wajar bahwa anak perempuan dipandang tidaklah penting untuk menjadi pintar. Siti Walidah atau Nyai Ahmad Dahlan dibesarkan dalam lingkungan yang menganggap bahwa ilmu

pengetahuan itu adalah kewajiban bagi laki-laki dan perempuan. Ia termasuk anak yang cerdas dan menghafal Alquran yang sangat baik.

Setelah Muhammadiyah berdiri, Nyai Ahmad Dahlan turut merintis kelompok pengajian demi pengajian untuk memberi ilmu agama pada semua wanita-wanita hingga berdiri organisasi Aisyiyah. Namun walaupun demikian Nyai Ahmad Dahlan merasa bahwa perempuan juga memiliki peran yang sepadan dengan lelaki namun tetap tidak boleh sampai melupakan fitrahnya sebagai seorang wanita yang wajib mengurus rumah tangga. Dalam pelaksanaan niatnya tersebut terutama pada saat penjajah (Jepang) masuk ke Indonesia, beliau menentang kehadiran para penjajah Jepang tersebut dengan menggalang kekuatan rakyat untuk menentang penjajahan tersebut, beliau juga melarang para warga untuk menyembah dewa matahari. Bersama dengan para masyarakat, beliau mendirikan dapur umum bagi para pejuang untuk melawan para penjajah.

Siti Walidah atau Nyai Ahmad Dahlan, tokoh emansipasi perempuan dan istri pendiri Muhammadiyah, Kiai Ahmad Dahlan. Riwayatnya dari kecil yang sangat ingin mengenyam pendidikan hingga dewasa dan menikah dengan KH Ahmad Dahlan. Ia juga dikenal sebagai tokoh yang menolak kawin paksa. Ia perempuan pertama yang pernah memimpin Kongres Muhammadiyah tahun 1926 dan pendiri organisasi gerakan perempuan Sopo Treno yang kemudian bernama Aisyiyah. Ia mendapat gelar Pahlawan Nasional pada 10 November 1971. Kehidupannya bersama dengan KH Ahmad Dahlan, Nyai Ahmad Dahlan juga saling mendukung dalam hal membangun bangsa dan upaya mengusir penjajah

dari Indonesia. Dengan cinta yang keduanya miliki menjadi landasan dalam menjalani hidup dan perjuangan untuk bangsa Indonesia.



Gambar 3. Scene Saat Kyai dan Nyai Ahmad Dahlan Mengingatkan Masyarakat Dari Perilaku Musyrik

Nyai Ahmad Dahlan di kehidupan sehari-hari memberikan inspirasi dan semangat bagi perempuan lain dalam memperjuangkan apa yang menjadi keinginannya. Selain itu Nyai Ahmad Dahlan juga melakukan dakwah kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat memahami pentingnya iman dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan scene diatas dapat dilihat bahwa Kyai dan Nyai Ahmad Dahlan memberitahu masyarakat agar tidak melakukan hal-hal yang dilarang agama dalam hal ini melakukan hal syirik yakni menduakan Tuhan, masyarakat pada waktu itu masih lemah pengetahuan agamanya sehingga sering terjerumus ke dalam hal-hal yang sesat dan di murkai oleh Allah SWT. Dalam hal ini Nyai Ahmad Dahlan menjalankan ajaran agama Islam yang mewajibkan setiap orang berdakwah kepada orang lain. Islam sebagai agama disebut agama dakwah, maksudnya adalah agama yang disebarluaskan dengan cara damai, tidak lewat

kekerasan sehingga Nyai Ahmad Dahlan lebih memilih menyebarkan agama Islam melalui Muhammadiyah dan dakwah-dakwah yang ia lakukan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Tubagus Muhyat Pradipta mengenai pesan yang disampaikan dari Film Nyai Ahmad Dahlan yaitu film Nyai Ahmad Dahlan seperti ingin menyampaikan sesuatu yang baik agar dicontoh para penontonnya dan memberikan efek positif bagi penontonnya, salah satu pesannya yaitu mengajak masyarakat untuk kembali ke Al-Quran dan Hadis karena dengan menjadikan kedua hal tersebut pedoman hidup akan memberikan manfaat dalam menjalani kehidupan yang sangat berat di masa penjajahan. Film Nyai Ahmad Dahlan memberikan pemahaman tentang pentingnya Al-Quran dan Hadis serta mencoba menyadarkan kembali masyarakat agar berpegang pada Al-Quran dan Hadis hal ini dilakukan karena pada masa tersebut masyarakat sangat rentan dengan pengaruh buruk dan banyak yang jauh dari ajaran agama Islam, film adalah media yang paling efektif dalam mempengaruhi penontonnya. Film ini menceritakan tentang perjuangan Nyai Ahmad Dahlan dalam melawan penjajah dan menegakkan syiar-syiar agama islam di dalam kehidupan masyarakat.

Islam adalah agama yang berisi dengan petunjuk-petunjuk agar manusia secara individual menjadi manusia yang baik, beradab, dan berkualitas, selalu berbuat baik sehingga mampu membangun sebuah peradaban yang maju, sebuah tatanan kehidupan yang manusiawi dalam arti kehidupan yang adil, maju bebas dari berbagai ancaman, penindasan, dan berbagai kekhawatiran. Agar mencapai yang diinginkan tersebut diperlukan apa yang dinamakan sebagai dakwah. Karena dengan masuknya Islam dalam sejarah umat manusia, agama ini mencoba

meyakinkan umat manusia tentang kebenarannya dan menyeru manusia agar menjadi penganutnya. Nyai dan Kyai Ahmad Dahlan berjuang lewat dakwah demi memberantas jahiliyah dari tanah Jawa. Kala itu rakyat umum masih percaya takhayul, masih banyak yang berada di garis kebodohan baik itu pendidikan formal maupun pendidikan agama, belum lagi ancaman dari penjajah yang membawa ajaran yang merusak akidah dari masyarakat. Perjuangan Nyai Ahmad Dahlan sangat sesuai dengan keadaan sekarang ini, di mana yang menjadi masalah yang sering dihadapi oleh umat Islam antara lain ajaran ajaran sesat yang muncul di kalangan masyarakat serta perbuatan maksiat yang sering dilakukan oleh masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah mendeskripsikan dan menganalisis hasil temuan data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Film Nyai Ahmad Dahlan merupakan film yang memberi gambaran dan inspirasi mengenai perjuangan kaum perempuan yang dipandang sebagai kaum lemah.
2. Film Nyai Ahmad Dahlan memberikan pelajaran tentang posisi kaum perempuan dalam kehidupan di masa itu dan beliau memperjuangkan kesetaraan antara kaum perempuan dan kaum laki-laki, terutama dalam kesetaraan memperoleh pendidikan dan perannya dalam masyarakat.
3. Nyai Ahmad Dahlan memberikan pesan kepada kaum perempuan untuk tidak mudah menyerah dalam memperjuangkan aspirasi dan buah pikirannya. Beliau menyadarkan kaum perempuan bahwa kaum perempuan pun bisa berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat terutama dalam masa-masa perjuangan kemerdekaan Indonesia.
4. Nyai Ahmad Dahlan merupakan salah satu pahlawan nasional yang banyak berperan dalam pergerakan kaum perempuan terutama dalam menghadapi para penjajah. Selain itu Nyai Ahmad Dahlan berperan penting dalam perkembangan organisasi Muhammadiyah dan Asyiyah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh tentang Analisis Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan Karya Dyah Kalsitorini (Analisis Semiotika Pada Pesan Moral Dalam Film Nyai Ahmad Dahlan), Maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Film Nyai Ahmad Dahlan diharapkan mampu menginspirasi kaum perempuan untuk berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari dan giat dalam memperjuangkan cita-cita serta tujuannya.
2. Film Nyai Ahmad Dahlan diharapkan pula mampu memberikan informasi kepada masyarakat tentang perjuangan yang dihadapi dalam masa penjajahan.
3. Kaum perempuan diharapkan mencontoh Nyai Ahmad Dahlan dalam kehidupan rumah tangga, walaupun aktif dalam organisasi dan perjuangan namun tak melupakan kodratnya sebagai perempuan.
4. Melalui Film Nyai Ahmad Dahlan ini kaum perempuan memperoleh ruang dan peran yang sama dalam kehidupan bermasyarakat.
5. Film Nyai Ahmad Dahlan diharapkan mampu menyadarkan masyarakat tentang pentingnya Al-Quran dan Hadis dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Y. 2012. *Photography From My Eyes*. Jakarta: PT. Elex Media Komutindo Kelompok Gramedia.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Berger, Arthur Asa. 2000. *Tehnik-tehnik Analisis Media*. Edisi Kedua.. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Bertens, K. 2001. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Budiman, Kris. 2004. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Buku Baik.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Raja Grafindo, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana, 2004. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (teori dan Praktek)*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Elvinaro. Ardianto dkk, 2004. *Komunikasi Massa*. Bandung : Refika Offset.
- Hapsari dkk. 2013. *Buku Materi Pokok Produksi Media*, Jakarta, Universitas Terbuka.
- Kusnawan, Aep. et. all. 2004. *Komunikasi dan Penyiaran Islam: Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film dan Media Digital*. Bandung: Benang Merah Press.
- Mc Quail, Dennis. 1991. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail. Dennis. 2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail. Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

- Moloeng, Lex J, 2006, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nawawi. Hadari. 2005. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gadjah Mada. University Press.
- Novianti, Ratna. 2002. *Jalan Tengah Memahami Iklan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Purwanto, J. 2003. Komunikasi Bisnis. Edisi 3, Erlangga, Jakarta.
- Purwanto, J. 2006. Komunikasi Bisnis. Edisi 4, Erlangga, Jakarta.
- Rakhmat. Jalaludin, 2004, Psikologi Komunikasi, edisi revisi. Bandung. CV. Bani Quraisy.
- Sihombing, Danton. 2015. Tipografi dalam Desain Grafis. Jakarta: Gramedia. Pustaka Utama.
- Sobur. Alex. 2003. Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sukarya, Deniek. 2009. Kiat Sukses Deniek G. Sukarya. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sumarno. 1994. Dasar-Dasar Apresiasi Film. Jakarta : Gramedia.
- Sumbo. Tinarbuko, 2008. Semiotika Komunikasi Visual. Yogyakarta. Jalansutra.
- Suyanto. 2005. Metode Penelitian Sosial. Jakarta: Kencana Prenada. Media Group.
- Widjaja, A.W, 2006. Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

FOTO WAWANCARA



WAWANCARA DENGAN BAPAK YONDI LISTANTO



WAWANCARA DENGAN BAPAK TUBAGUS MUHAYAT PRADIPTA

WAWANCARA

1. Sudah pernahkah bapak/ibu menonton film Nyai Ahmad Dahlan?
2. Menurut bapak/ibu apakah tema dari film Nyai Ahmad Dahlan?
3. Apakah yang menjadi intisari dari film Nyai Ahmad Dahlan ?
4. Seperti apakah karakter dari Nyai Ahmad Dahlan pada film tersebut?
5. Menurut bapak/ibu pesan moral apa yang terkandung dalam film Nyai Ahmad Dahlan?
6. Seberapa pentingkah pesan moral yang terkandung dalam film bagi penonton film tersebut?
7. Apakah pesan moral yang terkandung dalam suatu film efektif dalam mempengaruhi sikap penonton?
8. Apa yang menjadi keunggulan dari film Nyai Ahmad Dahlan dibandingkan dengan film tema yang sejenis?